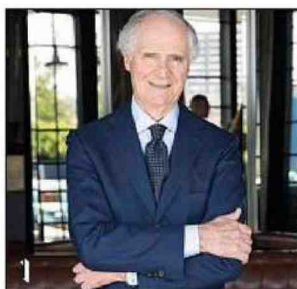


SUL PEZZO

di Ivan Pestillo

NEWS



1 Euroitalia per la cyber security

Dopo aver affrontato un percorso strutturato e virtuoso, anche all'insegna della sostenibilità, la società della famiglia Sgariboldi è la prima azienda nel Perfumes and Cosmetics a ottenere la certificazione 27001 - cyber security -, un prestigioso riconoscimento per l'impegno nella protezione contro il crimine digitale e gli attacchi informatici.

2 Primo make up tour virtuale per Chromavis

Quest'anno, l'azienda del gruppo Fareva, specializzata nella produzione di make up conto terzi, presenta la sua collezione per il 2022 - la "A-Head Collection" - attraverso un innovativo strumento: una vera e propria mappatura del viso che permette ai clienti di ruotarlo virtualmente e di zoomarlo per scoprire la resa delle texture con un altissimo grado di dettaglio. Quanto ai trend, la collezione comprende diverse linee che vanno da quella più sofisticata, con ingredienti clean, a quella dai toni più caldi, con attivi multi funzione.



3 Melissa Barrera ambasciatrice globale di Clinique

Prima Clinique global ambassador di origini sudamericane, l'attrice latina Melissa Barrera si unisce alla star del fantasy Emilia Clarke in questo nuovo ruolo. Il brand farà il suo debutto con una nuova creatività a partire dall'autunno 2021. «Vogliamo che la marca sia rappresentata da persone di sostanza. Abbiamo capito subito che l'intelligenza e la passione di Melissa sono inestricabili da ciò che la rende così bella», ha dichiarato Elizabeth Nolan, Clinique Global Creative Director. Intanto è possibile seguire Clinique e Melissa nel loro viaggio su @cliniqueitalia con gli hashtag #CliniqueAmbassador e #CliniqueXMelissa.

4 B-Selfie guarda a un futuro hi tech

Il brand dei filler fai-da-te, mira ad accelerare la propria crescita. Grazie alle risorse raccolte con la prima campagna di equity crowdfunding, lanciata lo scorso 10 giugno, l'azienda realizzerà il Self Beauty Network. Il progetto prevede la creazione di una piattaforma di e-commerce che consentirà al pubblico un'esperienza immersiva con i prodotti B-Selfie. Verranno costituiti anche 100 hub territoriali, selezionati tra le migliori profumerie, dove acquistare e ritirare i prodotti ordinati on line e fare acquisti diretti nel punto vendita. Il ritiro dei prodotti presso le profumerie assicurerà alle stesse un margine del 30% netto IVA, oltre all'indirizzamento di nuovi clienti. «Le profumerie saranno soci e partner di B-Selfie - dichiara Marco Di Iulio, fondatore del brand - e condivideranno i benefici di tutte le attività. L'exit prevista a partire dal 2024 si realizzerà per mezzo della quotazione dell'azienda o per acquisizione da parte di un grande gruppo, concretizzando un profitto di sicuro interesse». Info su bsselfie.it.

